



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA
BARCELONATECH

Facultat d'Òptica i Optometria de Terrassa



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

TRABAJO FINAL DE GRADO

CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE PRODUCTOS DE ÓPTICA

Javier Ruiz Díaz

DIRECTOR/A: Ramon Casabona Fina
DEPARTAMENTO: Economía y gestión de empresas

Terrassa, 5 de Octubre de 2015



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

El Sr. Ramon Casabona Fina como a director y tutor del trabajo.

CERTIFICAN

Que el Sr. Javier Ruiz Díaz ha realizado bajo su supervisión el trabajo: Creación de un negocio de productos de óptica, que se recoge en esta memoria para optar al título de grado de Óptica y Optometría.

Y para que conste, firmo en este certificado.

Terrassa, 5 de Octubre de 2015



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

CREACIÓ D'UN NEGOCI DE PRODUCTES D'ÒPTICA

RESUM

Avui dia, i malgrat els temps que corren, el sector de l'òptica es troba en plena expansió. És un sector madur que creix any rere any i actualment, a Espanya, hi ha més de 10.000 establiments que participen en la prestació de serveis i productes relacionats amb la millora de la visió. I no només amb la millora de la qualitat visual, també l'estètica juga un paper important en el creixement del sector.

La informació recollida dins d'aquest treball ofereix una estimació aproximada de la viabilitat d'un negoci d'òptica a la ciutat de Barcelona i es valoren els aspectes més importants que em permetran saber si és viable o no iniciar el negoci.

A través de la descripció i el desenvolupament de negoci, duré a terme un pla de negoci, que explicarà els procediments i estratègies habituals necessàries per portar aquesta idea a la realitat.

Partiré d'una descripció detallada de l'empresa i dels seus objectius, desenvolupant la seva activitat i explicant la seva situació geogràfica. A continuació es detallarà el pla de màrqueting que l'empresa seguirà per donar-se a conèixer, juntament amb l'anàlisi de l'entorn i del mercat i posteriorment es realitzarà una anàlisi DAFO. També es concretarà la seva estructura legal i obligacions tributàries, el seu pla estratègic i finalitzaré el treball d'ent a terme el pla financer.

Per finalitzar, es donaran a conèixer els resultats obtinguts amb aquesta obra a través de les conclusions finals.



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE PRODUCTOS DE ÓPTICA

RESUMEN

Hoy en día, y pese a los tiempos que corren, el sector de la óptica se encuentra en plena expansión. Es un sector maduro que crece año a tras año y actualmente, en España, existen más de 10.000 establecimientos dedicados a ofrecer servicios y productos relacionados con la mejora de la visión. Y no sólo con la mejora de la calidad visual, sino que también, la estética juega un papel importante en el crecimiento del sector.

La información recogida en este trabajo ofrece una aproximada previsión de la viabilidad de un negocio de óptica implantado en la ciudad de Barcelona y se valoran los aspectos más importantes que me permitirán conocer si es factible o no poner en marcha el negocio.

Mediante la descripción y posterior desarrollo de negocio, realizaré un plan de empresa que tratará de explicar los procedimientos y estrategias habituales necesarios para poder llevar esta idea a la realidad.

Partiré de la descripción detallada de la empresa y sus objetivos, desarrollando su actividad y explicando su emplazamiento geográfico. A continuación, se concretará el plan de marketing que seguirá la empresa para darse a conocer, junto con el análisis del entorno y el mercado y posteriormente, se realizará un análisis DAFO. Se detallarán su estructura legal, sus obligaciones fiscales y su plan estratégico y finalizaré el trabajo realizando el plan financiero.

Finalmente, se darán a conocer los resultados obtenidos con este trabajo mediante las conclusiones finales.



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

CREATION OF OPTIC PRODUCTS BUSINESS

SUMMARY

Today, and despite the times in which we are running, the optical sector is booming. It is a mature sector that grows year after year and currently, in Spain, there are more than 10,000 establishments engaged in providing services and products related to the improvement of vision. And not only with improvement of visual quality, aesthetics played an important role in the growth of this sector.

The information collected in this study offers an approximate estimate of the feasibility of an Optics business in the city of Barcelona and I pretend to evaluate the most important aspects that will allow me to know if it is feasible or not to start this business.

Through the description and business development, I will carry out a business plan that will attempt to explain necessary procedures and common strategies to bring this idea to reality.

I will begin my work with a detailed description of the company and its goals, developing their activity and explaining its geographic location. Then, the marketing plan that the company will continue to be known, along with the analysis of the environment and market, and then I will do a SWOT analysis. Its legal structure, tax obligations, and strategic plan will be detailed and I will end my work by making the financial plan.

Finally, the results obtained with this work through the final conclusions will be announced.



EXTENDED SUMMARY

Approximately 24 million people use some kind of visual correction in our country: glasses or contact lenses. I.e., more than 50 of the Spanish population.

Little more than one year ago, at the end of June 2014, a sigh of relief swept the 10,000 Spanish optics and it gave a break to all those who, directly or indirectly, living through this sector. Finally, the Government had decided not to raise VAT to eyeglasses and contact lenses, so that these products would be maintained at the reduced rate of 10. They were back a few months of uncertainty in which the threat of this rise led to believe many professionals that this new twist in the middle of the crisis would force them to close their businesses or to conform, even more, the belt.

Measurement not would have affected them only them: more than 25 million Spaniards need vision correction systems - think that 93 of people older than 55 years need close glasses. Glasses and contact lenses had passed 10 to 21 of the VAT, the prejudice in the flow of users to a few essential goods would have been enormous, involving a huge social cost and an irreversible brokenness to visual health.

The industry knows it well: its economic performance is especially linked to the financial situation of the country, so a decline in the income of the citizens is translated almost immediately in a reduction in its spending on these products. Who more, who less, still managed with their old glasses. So much so, that these years of crisis have resulted in a decrease of the 25 on the frequency of visits to the optometrist, and it is estimated that there are more than four million people who do not use glasses or not replenish their contact lenses due to their precarious situation. The lower purchasing power of the population has led to a decrease in the number of Visual reviews. And not only that: in regards to the consumption of items of visual correction there has also been a trend, by necessity, to consume low-cost items, which, in the majority of cases, has directly affected the quality of the products and, therefore, to the quality of vision.

The optical sector is one of the most stable from the employment point of view and with a very important feature for those who arise to choose this activity as their profession: the demand for professionals is higher than the offer. It is probably the only sector in Spain in which

unemployment is non-zero; moreover, there is a constant demand for optics professionals. Today, people that ends the degree of optics and optometry, not only find work, they can choose too the site where they want to work, something uncommonly nowadays. The formation of these people is in frenzy of changes due to the harmonization of studies and degrees driven from the European Union. Soon this situation will allow more career opportunities to these specialists due to increase in their studies.

College of optics and optometry students learn subjects such as the prescription of lenses, visual training and adaptation of contact lenses. Fields in which students can work in this professional are very spacious and are constantly growing and as examples it is refraction, contact lenses, vision child, geriatric vision, low vision, vision at work and sports vision.

In this work, and as a future graduate in optics and optometry, I would like to know the business plan, development of legal aspects, fiscal, administrative, economic, financial, commercial and operating that optical products business should meet to be able to start a business activity.

This business plan is divided into the following parts: Business description, marketing plan, legal structure, strategic plan financial plan and finally the conclusions.

Business description

Under the name of yoVeo, will be born this new establishment of optics dedicated to delivering products and services to improve the visual quality of our customers. A professional visual examination, the sale of frames, ophthalmic lenses of all variety, sunglasses, contact lenses of different materials and deadlines in its turnover, products for the conservation and cleaning of these lenses and artificial tears will be the main products and services that we will put at the disposal of our customers.

Marketing plan

In this section, the services and products that we will put at the disposal of our customers including the visual protocol examination to be carried out in the optics will be detailed. Then its distribution policy shall be drawn up and I will make a brief sales forecast. We also find in this section an environment analysis and a study of our direct competition.



I will end this section with the realization of a SWOT analysis, where are reflected in a synthesized manner the main weaknesses, threats, strengths and opportunities that the company will face. The notes of economy subject were used for its realization.

Legal structure

The name of the company will be yoVeo, S.L. and its trade name yoVeo. The establishment will be legally registered as under the regime of small taxpayer natural person and legal types will be S.L. The fiscal obligations are described, also like the procedures information and implementation. The section of licenses and official documentation defines the procedures that will be required by specific organizations like COOOC (Col·legi Oficial d'Òptics Optometristes de Catalunya) and CNOO (Colegio Nacional de Ópticos Optometristas). To finish the legal plan, there are the responsibility coverage, the product guarantee, and the data protection.

Strategic plan

In our establishment, we intend to improve the visual quality of our customers through a comprehensive diagnosis, using the best technology and committed human capital, all while maintaining a business model and an image known as a result of the satisfaction of our clients and the personal growth of our employees. The main values that they will define our company are the following: orientation to the customer, honesty and ethics, professionalism, commitment, proximity, work in equipment, innovation and flexibility.

Financial plan

In the financial plan we aim to analyse the economic viability of the project considering all the factors involved, we make an economic forecast of the first 3 years of the company. Once calculated all the investments we know the value of the initial investment. It is about 74.000 €.

Our situation allows us to start the business with an own capital contribution, without any credit line. At least, we need to elaborate the provisional Treasury to know if we have enough capital to resist the first months or if we will request a credit to cope the payments.



In the provisional results account's we can see the inputs and outputs of money itemized month by month during the first year and the final results of the next two years.

We already see benefits at the end of the 1st exercises, not many but we use them like an indicator of a good financial development.

The provisional balance sheet accurately reflects the patrimony of the company properly valued in each exercise.

Conclusions

To conclude and using the information contained in this work I can determine that the implementation of this business is viable and not only that, since the first year the business will have benefit and increasing them progressively year after year. Therefore, I can predict that it will be a fruitful business in the short and long term.

ÍNDICE

1.- Introducción	12
1.1.- Objetivos	12
1.2.- Motivaciones	12
2.- Equipo fundador	12
2.1.- Identificación del equipo fundador	13
2.2.- Aportaciones económicas y responsabilidades	13
3.- Descripción de la empresa y sus objetivos	14
3.1.- Actividad en nuestra empresa	14
3.2.- Nombre e imagen de la empresa	15
3.3.- Emplazamiento geográfico	15
3.4.- Equipo e instrumentación del local	16
4.- Plan de marketing	17
4.1.- Política de productos y servicios	17
4.1.1.- Examen visual	17
4.1.2.- Lentes oftálmicas	18
4.1.3.- Lentes de contacto	21
4.1.4.- Otros consumibles	23
4.2.- Análisis del entorno y del mercado	24
4.3.- Estudio de la competencia de yoVeo	25
4.4.- Política de distribución	26
4.5.- Política de comunicación	28
4.5.1.- Publicidad	28
4.5.2.- Promociones	29
4.5.3.- Descuentos	29
4.6.- Previsión de ventas	30
4.7.- Análisis DAFO	30
5.- Plan estratégico	35
5.1.- Misión	35
5.2.- Visión	35
5.3.- Valores	35

6.- Estructura legal	37
6.1.- Forma jurídica	37
6.2.- Trámites necesarios	38
6.3.- Permisos y licencias	42
6.4.- Cobertura de responsabilidades	44
6.5.- Protección de datos	44
6.6.- Garantía de productos y servicios	44
7.- Plan económico y financiero	45
7.1.- Plan de inversiones y necesidades iniciales	45
7.2.- Financiación	49
7.3.- Ingresos y gastos previsionales	49
7.4.- Previsión de la cuenta de resultados	51
7.5.- Balance de situación previsional	51
8.- Conclusiones	52
9.- Bibliografía	54
10.- Anexos	55

1.-INTRODUCCIÓN

1.1- **OBJETIVOS**

El objetivo principal en la realización de este trabajo es la elaboración de un proyecto para la creación de un negocio de productos de óptica en un asentado barrio de Barcelona. Se darán a conocer su plan de empresa, el desarrollo de los aspectos legales, fiscales, administrativos, económicos, financieros comerciales y operativos en un mercado laboral actualmente en expansión. El estudio de su viabilidad y entorno junto a lo anteriormente mencionado serán los puntos de importancia en este trabajo, y junto a ello pretender obtener una mira más detallada de si realmente será un negocio fructífero o por lo contrario una idea meramente utópica.

1.2- **MOTIVACIONES PERSONALES**

Al llevar a cabo un trabajo de este tipo pretendo ampliar conocimientos en conceptos fundamentales dentro del mundo empresarial, acercándome más a un proyecto que quizás algún día pueda llegar a ser mucho más que el sueño de construir un pequeño negocio.

El hecho de estar trabajando en el sector de la óptica me aporta una motivación extra y también una perspectiva interna, creo que necesaria, para poder llevar un proyecto de esta índole hacia adelante.

Por último y no menos importante el orgullo de recibir el apoyo incondicional de familiares y amigos emprendiendo un proyecto de esta índole es, sin lugar a dudas, un bálsamo de confianza y optimismo que, a mi parecer, puede ser un pilar importante en la consecución y éxito del trabajo.

2.- EQUIPO FUNDADOR

2.1- **IDENTIFICACIÓN DEL EQUIPO FUNDADOR**

En este caso, yo, Javier Ruiz Díaz con DNI: 41006714Z y actualmente residente en Rambla Prim 160 13º 4ª, Barcelona, Barcelona, 08020 y email: javiruiz1989@gmail.com junto con una segunda persona que aportará el 30

por ciento del capital inicial, seremos los creadores del proyecto. Cabe decir que se precisará la ayuda de ciertos profesionales para aspectos como los de marketing, publicidad y diseño gráfico del logo empresarial.

La representación legal como persona física será de propiedad compartida junto con la dirección y la administración, siendo únicos socios capitalistas y operativos.

Como fundadores ambos poseemos experiencia demostrable en el sector de la óptica para los últimos 4 años.

2.2- APORTACIONES ECONÓMICAS Y RESPONSABILIDADES

La aportación económica de cada socio será la siguiente:

Socio Principal → **70.000 €**

Socio Minoritario → **30.000 €**

La dirección y toma de decisiones será conjunta, y en caso de no llegar a un acuerdo el socio mayoritario, en este caso yo, tendrá la decisión final.

En cuanto a los aspectos comerciales y financieros los repartiremos de la siguiente manera:

- Gestión interna y finanzas: el socio con mayor capital invertido se encargará tanto de la gestión interna de la empresa como de los registros de ventas y su situación financiera.
- Comercial: en este caso, los aspectos comerciales tales como las relaciones con los proveedores, ya sea para peticiones de monturas, lentes u otros productos, los gestionará el socio minoritario.

Como en la apertura del establecimiento únicamente seremos dos los trabajadores, se ha establecido que ambos trabajaremos en horario intensivo y turno partido de lunes a sábado para poder cubrir todo el horario comercial. Así pues ambos estaremos presentes durante toda la jornada laboral.

Cada uno de nosotros se encargará de forma totalmente independiente a la hora de atender a clientes/pacientes. Nos encargaremos de dicho paciente/cliente desde que entra por la puerta hasta que sale del establecimiento, con esto pretendemos lograr una atención totalmente personalizada.

3.- DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y SUS OBJETIVOS

La denominación social de la empresa será yoVeo, S.L. su nombre comercial yoVeo.

El establecimiento se encontrará legalmente registrado como persona física bajo el régimen de pequeño contribuyente y su tipología jurídica será de S.L.

YoVeo será una empresa dedicada a brindar a nuestros clientes la posibilidad de obtener una solución eficaz a sus problemas de refracción.

No solo ofrecemos una ayuda a aquellas personas que deseen cubrir una necesidad primaria tan a la orden del día, ya sea mediante gafas, lentes de contacto u otros elementos, sino que también ofrecemos la oportunidad de abastecer a los clientes con productos de alta calidad que lejos de ser ayudas puramente funcionales, serán productos con mucho valor estético.

Profesionalidad, cordialidad, educación y nobleza serán rasgos fundamentales para una atención óptima hacia cada uno de nuestros clientes, que también poseerán un rol de pacientes, puesto que se pretende que dentro del gabinete nuestros ópticos-optometristas creen un lazo médico-paciente que imprima confianza y respeto hacia los servicios y productos que ofrecemos.

Ofrecer productos de calidad mediante precios que estén al alcance de nuestros clientes será el revulsivo que se pretende conseguir frente a un mercado tan competente hoy en día como es el de la óptica.

3.1.- ACTIVIDAD EN NUESTRA EMPRESA

Un profesional examen visual, la venta de monturas, lentes oftálmicas de toda variedad, gafas de sol, lentes de contacto de diferentes materiales y plazos en su recambio, productos para la conservación y limpieza de dichas lentes, lágrimas artificiales y algunos elementos que se mencionarán en un apartado posterior serán los principales productos y servicios que pondremos a disposición de nuestros clientes.

3.2.- NOMBRE E IMAGEN DE LA EMPRESA



Ilustración 1. Imagen de la empresa

Bajo una sencilla pero funcional imagen surge el concepto yoVeo, un logo moderno con la pretensión de impactar visualmente y así crear un rápido recuerdo visual. De lectura rápida pero que deja entrever, mediante dos líneas curvas, los parpados de un ojo. Haciendo hincapié en que el establecimiento está relacionado con el mundo de la visión. Una gran uve se levanta en el centro de la imagen. Y dos puntos azules dentro de cada una de las oes que emulan globos oculares y que a la vez junto a la línea curva inferior dibujan una cara sonriente. En definitiva un logo que pretende no ser olvidado fácilmente.

3.3.- EMPLAZAMIENTO GEOGRÁFICO

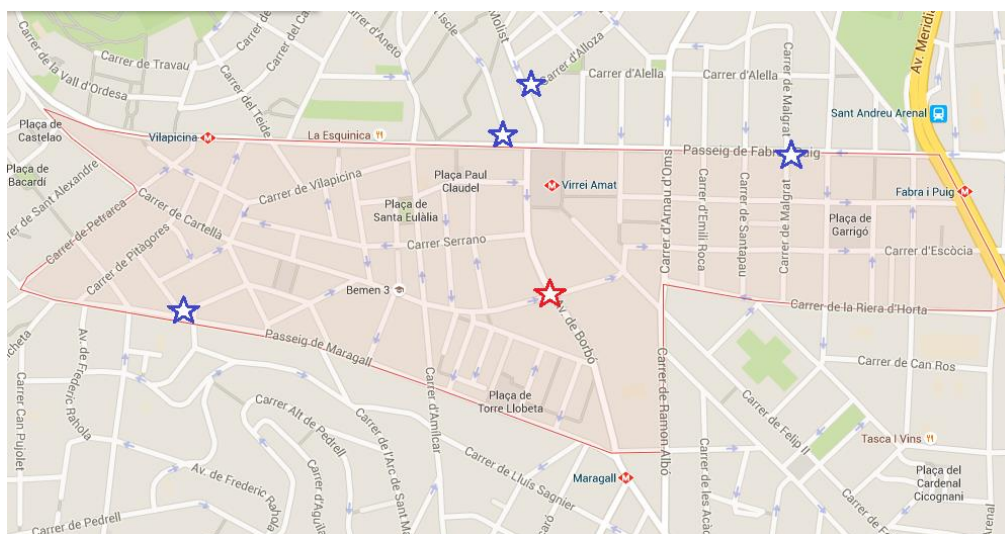


Ilustración 2. Localización de la empresa



YoVeo



Competencia

Situada en pleno centro de un pequeño, pero más que asentado, barrio de Barcelona, España abriría las puertas el primer establecimiento de yoVeo. Vilapicina i Torre Llobeta es el barrio más meridional del distrito de Nou Barris, tiene una superficie de 0,56 km² y una población de 25.543 habitantes, no obstante la idea es obtener clientes de los barrios colindantes también. Bien sea en metro o autobús el establecimiento gozará de muy buenas conexiones en cuanto a red de transportes públicos se refiere. El barrio se estructura sobre los ejes del paseo de Fabra i Puig y de Maragall, a ambos extremos laterales, y del eje Cartellà - Costa y Cuixart - Escocia, en el centro, que se ha convertido en la "calle mayor" de Vilapicina. La remodelada plaza de Virrei Amat es el punto de encuentro más céntrico y más importante del barrio que estratégicamente quedará separada del establecimiento por unos pocos metros.

3.4.- EQUIPO E INSTRUMENTACIÓN DEL LOCAL

Se analizaron varios locales en los alrededores de la zona, pero decidimos decantarnos por éste, sobretodo, por la relación superficie-alquiler que presenta. El local que alquilemos tendrá 90 m² y su coste mensual será de 1100€.

Se trata de un establecimiento situado en una zona muy importante del barrio mencionado con anterioridad, rodeado de una zona comercial con gran afluencia de clientes. Cuenta en la misma calle con un colegio, una guardería, varios establecimientos estéticos y de la salud, supermercados, locales de ocio y cuenta con varias zonas de aparcamientos públicos. También existen gran cantidad de plazas y zonas verdes. Es una zona donde la presencia de competidores es relativamente baja, lo que nos dará más posibilidades de fidelizar clientes.

El local cuenta con los metros necesarios para establecer las diferentes dependencias que nos harán falta para desempeñar nuestro negocio según la normativa vigente, está totalmente reformado, cuenta con un aseo y es muy luminoso.

En el **anexo 1** se detalla el equipo que se necesitará para desarrollar todas las tareas que se desarrollarán en la óptica.

4.1.- POLÍTICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Ofrecer precios competitivos y productos de calidad serán dos de los pilares fundamentales en nuestra empresa. Para ello comercializaremos productos de distintos fabricantes, buscando siempre la mejor relación calidad-precio.

4.1.1-EXAMEN VISUAL

El servicio de examen visual que se realizará en nuestro establecimiento constará de las siguientes pruebas:

- Medición del error refractivo mediante un autorrefractómetro o de un queratómetro.
- Medición del error refractivo de forma objetiva.
- Medición del error refractivo de forma subjetiva.
- Biomicroscopía.

En aquellas personas que también lo precisen se realizarán pruebas como: tonometrías, rejilla amsler, visión del color, oftalmoscopia, y visión estereoscópica.

Por dicho servicio no se cobrará ningún importe, única y excepcionalmente se cobrarían 15€ si el cliente decidiese llevarse la graduación por escrito sin realizarse gafas y/o lentillas.

Los servicios que óptica yoVeo prestará para cubrir las necesidades de nuestros clientes/pacientes serán:

- Mejora del rendimiento visual mediante la corrección del error refractivo ya sea mediante gafas o mediante lentes de contacto.
- Venta de monturas y lentes oftálmicas de graduado.
- Venta de monturas y lentes para protección solar.
- Venta de productos de mantenimiento y limpieza de lentes de contacto.
- Venta de diferentes consumibles y ayudas ópticas.

4.1.2 LENTEs OFTÁLMICAS

Únicamente en cuanto a lentes oftálmicas se refiere, serán dos los fabricantes que nos proporcionarán el material: Carl Zeiss y Prats, dos de los fabricantes de más alto prestigio a nivel nacional e internacional.

Al ofrecer a nuestros clientes lentes oftálmicas únicamente de dos tipos de fabricantes, gozaremos de un descuento mayor sobre el precio de las lentes que pidamos. Esto es gracias a la exclusividad de proveedor, ya que, a mayor surtido de fabricantes de lentes oftálmicas que ofrezcamos, menor será el porcentaje de ventas para cada uno de los fabricantes y por tanto el precio no se nos rebajará de la misma manera que con únicamente dos de ellos. Cabe decir que si tan sólo ofreciéramos un fabricante de lentes oftálmicas a nuestros clientes la rebaja en las lentes oftálmicas sería aún mayor puesto que la exclusividad sería del cien por cien.

Nitidez óptima en sus lentes, doble tratamiento antirreflejante, tratamientos hidrófobos de alta precisión que evitan, tanto la acumulación de polvo como de grasa, tratamientos de endurecido más eficaces si cabe que las lentes estándar, en definitiva tecnología de última generación y grandes avances científicos que permiten a Zeiss posicionarse como el mejor de los fabricantes de lentes oftálmicas que existen actualmente en el mercado. Puntualizar que no sólo se dedica a fabricar lentes para óptica oftálmica, sino que también las fabrica para grandes firmas de equipos fotográficos, telescópicos y microscópicos.

Las diferencias entre ambos fabricantes son más que notables pero en cuanto a precios se refiere, la empresa Prats sale beneficiada. Esto ocurre principalmente porque el proveedor es nacional, por no decir local, y nos proporcionaría el material en un período de tiempo mucho inferior al que lo harían los alemanes Zeiss, esto hace, evidentemente, que el coste de transporte sea más elevado para peticiones de las lentes oftálmicas que se realicen a Zeiss.

A continuación se muestran las tablas de precios de venta al público para cada uno de los tipos de lentes oftálmicas que ofreceremos.

Mencionar que el precio de venta al público es de la pareja de lentes y la mitad para una sola.

Monofocales de material orgánico

	Prats Pvp (€)	Zeiss Pvp (€)
1.5	20	-
1.5 AR*	50	70
1.6 AR*	75	100
1.67*	110	130
1.67 AR*AS*	130	150
1.74*	160	210

Tabla 1. Monofocales de material orgánico

*AR→Antirreflejante

*AS→Lente asférica

Monofocales de material mineral

	Prats Pvp (€)	Zeiss Pvp (€)
1.7 AR	200	250
1.8 AR	250	300
1.9 AR	300	360
Facetado 1.9	400	-
Lenticular 1.9	450	-

Tabla 2. Monofocales de material mineral

Lentes bifocales minerales y orgánicos

	Prats Pvp (€)	Zeiss Pvp (€)
1.5	80	150
1.5 AR*	100	150
1.5 FOTO*	150	170
1.5 AR FOTO*	170	200

Tabla 3. Lentes bifocales minerales y orgánicos

Lentes progresivas

En este caso todas las lentes oftálmicas de adicción progresiva incluirán antirreflejante (AR) y serán de material orgánico. Además solo en los progresivos de gama 2 y gama 3 ofreceremos la posibilidad de añadir tratamiento fotocromático con un sobre cargo de 30 por pareja de lentes

	Prats Pvp (€)	Zeiss Pvp (€)
1.5 Gama 1	100	120
1.6 Gama 1	180	190
1.5 Gama 2	200	230
1.6 Gama 2	225	270
1.5 Gama 3	299	335
1.6 Gama 3	350	380
1.67 Gama 3	400	430

Tabla 4. Lentes progresivas

Gama 1 → Progresivos de campos de visión reducidos

Gama 2 → Progresivos de campos de visión estándar

Gama 3 → Progresivos de campos de visión amplios (Free Form)

Lentes solares monofocales

	Prats Pvp (€)	Zeiss Pvp (€)
1.5	30	50
1.6	70	100

Tabla 5. Lentes solares monofocales

Lentes solares progresivas

	Prats Pvp (€)	Zeiss Pvp (€)
1.5 Gama 1	100	120
1.5 Gama 2	170	190
1.6 Gama 2	200	-
1.5 Gama 3	250	300
1.6 Gama 3	300	-

Tabla 6. Lentes solares progresivas

Lentes ocupacionales

	Prats Pvp (€)	Zeiss Pvp (€)
1.5	150	170
1.6	180	200

Tabla 7. Lentes ocupacionales

Las tablas mostradas anteriormente ofrecen las lentes y los precios que tendríamos en tarifa preferente, cualquier otro tipo de lente oftálmica, de diferentes características o con otros suplementos, se pediría directamente desde el catálogo de Zeiss y de Prats, en cuyo caso la rebaja sería de un 40% en ambos fabricantes. Los precios de venta al público de las lentes oftálmicas ofrecidas en tarifa preferente varían en función de su demanda y los porcentajes de rebajas están entre el 40 y el 60 por ciento, siendo la rebaja directamente proporcional a la demanda de lentes de un tipo en concreto.

4.1.3.- LENTE DE CONTACTO

Hoy en día existen infinidad de fabricantes y marcas de lentes de contacto y en yoVeo nos hemos propuesto ofrecer a nuestros clientes como primera opción una marca blanca para casi todos los tipos de lentillas. Evidentemente trabajaremos con fabricantes de más prestigio y daremos la posibilidad de adaptar la lente de contacto de otro fabricante si nuestro cliente no estuviera satisfecho con las de marca blanca.

A continuación se muestran las tablas de precios de las lentes de contacto (LC) que ofreceremos.

Lentes de contacto

	L.C. Diaria* Pvp (€)	L.C Mensual* Pvp (€)	L.C Anual* Pvp (€)
Esféricas	14/19	18/25	49
Tóricas	20/25	29/41	80
Multifocales	39	68	-

Tabla 8. Lentes de contacto

L.C. Diaria → Lentes de contacto de reemplazo diario. Pvp de una caja que contiene 30 unidades. Recomendadas para los clientes que le den un uso esporádico o para realizar cualquier tipo de deporte de contacto. El material de este tipo de lente de contacto será el hidrogel convencional (14€) y de hidrogel de silicona (19€). En el caso de que se pidan tóricas el Pvp será de 20€ para las convencionales y de 25€ para las LC de hidrogel de silicona (HS). Si se piden multifocales solo se ofrecen de hidrogel de silicona (39€).

L.C Mensual → Lentes de contacto de reemplazo mensual. Pvp de una caja que contiene 6 unidades. Recomendadas para los clientes que le den un uso diario. El material de este tipo de lente de contacto será el hidrogel convencional (18€) y de hidrogel de silicona (25€). En el caso de que se pidan tóricas el Pvp será de 29€ para las convencionales y de 41€ para las LC de hidrogel de silicona. Si se piden multifocales solo se ofrecen de hidrogel de silicona (68).

L.C Anual → Lentes de contacto de reemplazo anual. Serán lentes RPG o semirrígidas y las recomendaremos únicamente en los casos en los que la lágrima del paciente/cliente sea pobre o de excesiva lubricación.

En cuanto a los sistemas de limpieza y mantenimiento de las LC se ofrecerán los siguientes productos

Productos de limpieza y mantenimiento de LC

	P.V.P. (€)
Solución única 360 ml (Marca blanca)	4
Solución única 100 ml (Marca blanca)	2
Solución única 360 ml (Renu)	11
Solución única 360 ml (BioTrue)	13
Solución única HS 360ml (Marca Blanca)	7
Solución salina 360 ml (Marca Blanca)	3
Peróxido 360 (Marca blanca)	10
Solución única para RPG (Boston)	8
Solución humectante para RPG (Boston)	5
Solución limpiadora para RPG (Boston)	4
Pastillas enzimáticas(Naclens)	6

Tabla 9. Productos de limpieza y mantenimiento de LC

También ofreceremos dos tipos de lágrima artificial para aquellos clientes que ya sea con lentes de contacto puestas o simplemente por sequedad ocular necesiten un aporte extra de humectación y/o lubricación.

Lagrimas artificiales

	P.V.P. (€)
Lágrima artificial humectante (Acuaiss)	6
Lágrima artificial inteligente (Systane)*	12

Tabla 10. Lágrimas artificiales

*Lágrima artificial inteligente→ Actúa en función de la necesidad de la lágrima de cada usuario.

4.1.4.- OTROS CONSUMIBLES

Pese a no ser un establecimiento dedicado a la baja visión, también ofreceremos algunas herramientas básicas para ayudar a aquellos clientes que lo precisen.

Productos de baja visión

	P.V.P. (€)
Lupa de mano	5
Lupa de bolsillo	3
Lámpara led con lupa	35
Lupa con soporte	30

Tabla 11. Productos de baja visión

También se ofrecerán diferentes consumibles como accesorios para gafas y/o lentillas

Accesorios

	P.V.P. (€)
Cordones	1
Limpiador anti-vaho	4
Estuches para gafas	3
Estuches para lentillas	2
Plaquetas	1
Gafas premontadas	10
Gamuzas	0.50

Tabla 12. Accesorios

El precio de las monturas tanto de graduado como de sol, que nuestra óptica ofrecerá, será de cuantía variable dependiendo de la firma de cada proveedor. Más adelante se detallarán estos fabricantes y los rangos de precios.

Para finalizar, en nuestro taller también se realizarán ajustes/arreglos tales como adaptar cristales a una montura que no se haya comprado en nuestra óptica, cambio de tornillería, plaquetas, etc. Este tipo de ajuste no se cobrará en un principio.

4.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL MERCADO

El establecimiento estará situado en el número 25 de la Avinguda Borbó. Dicha avenida goza de grandes zonas verdes y amplias aceras. Dos grandes plazas a cada uno de los lados de la óptica dan una muy buena visión del local, una de ellas la de Virrei Amat con una estación de metro muy concurrida.

Aunque la óptica esté situada en pleno centro del barrio, existen multitud de barrios más que rodean Vilapicina y la Torre Llobeta y por tanto la clientela puede venir de más lejos si cabe. Aún con esto el mayor porcentaje de ventas se prevén que sean para la gente del barrio donde se sitúa yoVeo.

Su población es de 25.527 habitantes de los cuales 13.798 son mujeres y 11.729 hombres y tiene una densidad de 45.021 habitantes por kilómetro cuadrado. El número de parados registrados asciende a los 1.923.

Población por edad (en %)	
0-14	11,9
15-24	8,6
25-64	55,2
65 o más	24,30

Tabla 13. Población por edad del barrio de Vilapicina y la Torre Llobeta

Las principales nacionalidades extranjeras son la boliviana, la china y la ecuatoriana.

Además el barrio está dotado con numerosos institutos, centros cívicos, y centros deportivos, lo que hace que las calles estén siempre transitadas y a la vez ofrece a la óptica un rápido y beneficioso boca a boca.

En cuanto a la competencia más cercana queda en un radio de 600 metros, algo muy importante en Barcelona ya que muchísimos negocios no comparten esta ventaja por la masividad de empresas de la misma índole. De hecho serán 4 los establecimientos que quedarán en un radio comprendido entre 600 y 800 metros a la redonda, pero consideramos que únicamente uno de ellos (el más cercano) es nuestra competencia real, puesto que actualmente esta empresa copia la venta de gafas graduadas y de sol en nuestra ciudad.

4.3.- ESTUDIO DE LA COMPETENCIA DE YOVEO

Como se comenta en el apartado anterior nuestra competencia más directa copia las ventas en nuestra ciudad y para poder plantar cara a este establecimiento hemos tenido que ajustar bastante los precios de nuestros productos haciendo que nuestras ganancias iniciales no sean muy elevadas, pero con una perspectiva futura más que agradable debido a un, más que probable, incremento en la clientela.

El local que dicha empresa posee no es de grandes dimensiones pero su situación geográfica lo ha convertido en un local con elevado volumen de visitas.

A parte de este aspecto la empresa oferta los siguientes productos:

- Cristales progresivos (gamma sencilla) desde 99€ la pareja.
- Cristales monofocales (1.5) con AR desde 45€ la pareja.
- Cristales solares (1.5) desde 26 euros la pareja.

Además cada año y hasta agotar existencias de la promoción ofrecen cristales progresivos + montura por unos 120€, cristales monofocales AR + montura por 70€ y cristales solares graduados + montura por 60€. Juega en contra la calidad de las monturas que utilizan en estas promociones ya que suelen ser de materiales y/o estructuras bastante sencillas.

En cuanto al servicio optométrico que realizan sólo se puede destacar, que debido al limitado espacio del establecimiento, no poseen de máquinas como el tonómetro. Punto a favor en nuestra óptica.

Por otra parte el limitado espacio para ventas y aparadores y/o mostradores de monturas y productos es un gran hándicap con el que nosotros tampoco contaríamos, puesto que, las dimensiones de nuestro establecimiento, aun incurriendo seguramente en un alquiler más elevado, están por encima de las suyas.

4.4.- POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN

Actualmente existen 4 gigantes en cuanto a fabricantes de monturas se refiere. Luxottica S.p.A., Safilo Group S.p.A., De Rigo S.p.A. y Marcolin, las 4 de origen italiano. En cuanto a las marcas más vendidas que cada uno de los fabricantes posee son:

- Luxottica S.p.A.: Ray-Ban, Persol, and Oakley, Chanel, Prada, Giorgio Armani, Burberry, Versace, Dolce & Gabbana, Vogue, Miu Miu, Donna Karan.
- Safilo Group S.p.A.: Carrera, Polaroid, Safilo, Oxydo, Smith optics, Dior, Gucci, Hugo Boss, Jimmy Choo, Marc Jacobs.
- De Rigo S.p.A.: Police, Jean-Paul Gaultier, Chopard, Furla, Givenchy, Tous, Carolina Herrera.
- Marcolin: Dsquared², Diesel, Guess, Just Cavalli, Tom Ford, Timberland.

A nivel nacional y como fabricante de monturas a destacar existe Optim S.L. Y es el encargado de las ventas de las siguientes firmas: Agatha Ruiz de la Prada, Adolfo Domínguez, Victorio & Lucchino, Roberto Verino, Kenzo, Guy Laroche, Levi's, Puma.

Destacaremos también la venta de monturas de fabricantes de menos prestigio como Go Eyewear, Look Occhiali o Visilibilia con precios mucho más económicos.

Cómo se necesita muchísimo espacio en tienda para ofrecer modelos de todas las marcas, no ofreceremos todos y cada uno de éstos, pero cabe decir que cualquier modelo de cualquiera de éstas firmas que no esté en tienda y que desee el cliente podrá ser pedido directamente a fábrica.

A continuación se muestra, de manera aproximada, un cuadro con los rangos de precios de las diferentes marcas.

MARCAS	P.V.P. (€)
Ray-Ban	70-120
Persol	80-120
Oakley	90-110
Chanel	120-170
Prada	80-130
Giorgio Armani	100-140
Burberry	70-90
Versace	150-190
Dolce & Gabbana	110-150
Vogue	60-90
Polaroid	50-80
Safilo	60-80
Oxydo	70-90
Smith	70-90
Gucci	140-200
Hugo Boss	110-150
Marc Jacobs	70-100
Carrera	70-90
Furla	80-100
Tous	80-100
Carolina Herrera	80-100
Police	80-110
Dsquared ²	120-140
Diesel	70-100
Tom Ford	90-130
Timberland	70-100
Adolfo Domínguez	50-80
Kenzo	50-70
Go eyewear	20-50
Visibilia	10-40

Tabla 14. Precios por marcas de monturas

Las compras tanto de lentes de contacto como de sus sistemas de mantenimiento se realizarán a los siguientes fabricantes:

- Bausch&Lomb
- CooperVision
- Ciba Vision
- Alcon

Como ya se ha comentado con anterioridad las lentes oftálmicas que se ofrecerán a nuestros clientes las compraremos a Carl Zeiss y Prats.

En cuanto a los períodos de compra de los diferentes productos se realizarán mensualmente para las monturas y diariamente en el caso de lentes de contacto y lentes oftálmicas. Todas las compras se realizarán vía internet mediante las diferentes páginas de compra de cada fabricante.

4.5.- POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

4.5.1 PUBLICIDAD

Hoy en día la publicidad es uno de los aspectos más importantes para dar a conocer cualquier tipo de producto y/o servicio, por ello, realizar una buena campaña publicitaria nos hará ganar terreno frente a nuestros competidores. Este es un aspecto en el que creemos que no se debe escatimar en gastos y mostrar nuestra imagen a través del mayor nombre de medios posibles. Para ello, utilizaremos las siguientes vías:

- ➔ Televisión: Lo ideal, pero para los primeros años de negocio utópico, sería realizar la campaña televisiva pero el importe no es asumible para la empresa. (**Anexo 2**)
- ➔ Formato impreso: Se repartirán trípticos dos meses antes de la apertura de la óptica. Su inversión sería de 300 euros. (**Anexo 3**)
- ➔ Cine: se emitirán breves slogans publicitarios a través de ciertas salas de cine. Su inversión sería de 3.300. (**Anexo 4**)

La inversión total en publicidad será de 3.600 euros y se amortizarán mensualmente a razón de 300 euros.

4.5.2 PROMOCIÓN

La siguiente promoción se lanzará de manera periódica cada enero y cada septiembre hasta agotar existencias en monturas. Para dicha promoción se ofrecerán modelos concretos de monturas y no cualquier montura. Esta promoción estará sujeta al cuadro de fabricación de cada uno de los proveedores de lentes oftálmicas y para un índice de fabricación no superior a 1.6.

- **Montura + Cristales monofocales orgánicos con AR → 69€**
- **Montura + Cristales monofocales solares orgánicos → 59€**
- **Montura + Cristales progresivos orgánicos con AR → 119€**
- **Montura + Cristales progresivos orgánicos solares → 109€**

En cuanto a las promociones para lentes de contacto de forma semestral, también cada enero y cada septiembre, se realizará un **20% de descuento en todos los tipos de lentes de contacto y sus sistemas de mantenimiento.**

Además y durante todo el año las pruebas de lentes de contacto para nuestros clientes serán absolutamente gratuitas, sean o no nuevas adaptaciones.

4.5.3 DESCUENTO

La estrategia que pretende lanzar nuestra óptica es un revulsivo para aumentar sobretodo el volumen de ventas en las gafas progresivas, lanzando un 20% de descuento adicional a aquellas personas a las que se les adaptaren progresivos por primera vez y también se realizará un descuento del 20% a aquellas personas que estén jubiladas. Este descuento se realizará de manera fija.

4.6.- PREVISIÓN DE VENTAS

Nuestro primer objetivo anual será el de vender el siguiente número de productos de cada categoría:

Producto	Objetivo de venta anual
Producto	Objetivo de venta mensual
Monturas	60 (2 por día)
Monturas de sol	15 (1 cada dos días)
Cristales	120 (4 por día)
Lentes de contacto	90 (3 por día)

Tabla 15. Previsión de ventas

Teniendo en cuenta la gran masificación y el elevado nivel de consumo que existe en la ciudad de Barcelona no se trata de un objetivo muy elevado, de hecho las cifras se podrían estirar un poco más, pero pretendemos ser lo más cautos posible.

4.7.- ANÁLISIS DAFO

El análisis DAFO es la herramienta estratégica por excelencia más utilizada, aunque a veces de forma intuitiva y sin conocer su nombre técnico. El beneficio que se obtiene con su aplicación es conocer la situación real en que se encuentra la organización de transportes, así como el riesgo y oportunidades que le brinda el mercado. El objetivo del análisis DAFO es el de que todas las partes involucradas en la actividad identifiquen las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que puedan afectar en mayor o menor medida a la consecución de la DP.

Pese a su simplicidad, este método de análisis está considerado como el “abecé” de cualquier estrategia empresarial.

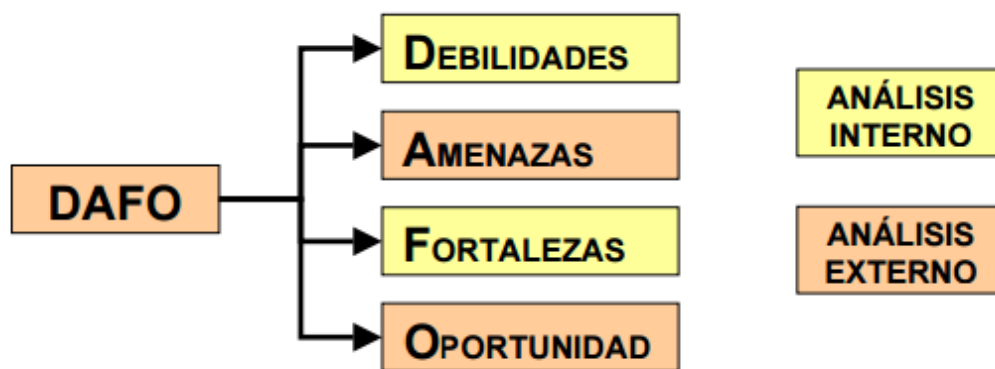
El nombre lo adquiere de sus iniciales DAFO:

Debilidades: también llamadas puntos débiles: son aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la organización, constituyen una amenaza para la organización y deben, por tanto, ser controladas y superadas.

Amenazas: se define como toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, o bien reducir su efectividad, o incrementar los riesgos de la misma, o los recursos que se requieren para su implantación, o bien reducir los ingresos esperados o su rentabilidad.

Fortalezas: también llamadas puntos fuertes: son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades.

Oportunidades: es todo aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la organización, o bien representar una posibilidad para mejorar la rentabilidad de la misma o aumentar la cifra de sus negocios.



Esquema 1. Análisis DAFO

Las debilidades y fortalezas pertenecen al ámbito interno de la organización, al realizar el análisis de los recursos y capacidades; este análisis debe considerar una gran diversidad de factores relativos a aspectos de prestación del servicio, marketing, financiación, generales de organización.

Para el análisis de las debilidades y fortalezas debe considerar áreas como las siguientes:

- Análisis de recursos: capital, recursos humanos, sistemas de información, activos fijos, activos no tangibles.
- Análisis de actividades: recursos, creatividad.
- Análisis de riesgos: con relación a los recursos y a las actividades de la organización.
- Análisis de histórico: la contribución consolidada de las diferentes actividades de la organización.

Conviene hacerse preguntas como éstas:

- ¿Cuáles son aquellos cinco o siete aspectos donde usted cree que supera a sus principales competidores?
- ¿Cuáles son aquellos cinco a siete aspectos donde usted cree que sus competidores lo superan?

Al evaluar las fortalezas de una organización, podremos clasificarlas de la siguiente manera:

- **Fortalezas Comunes:** Cuando una determinada fortaleza se localiza en un gran número de organizaciones competidoras. La paridad competitiva se da cuando un gran número de organizaciones competidoras están en capacidad de implementar la misma estrategia.
- **Fortalezas Distintivas:** Cuando una determinada fortaleza se localiza solamente en un reducido número de organizaciones competidoras. Las organizaciones que saben explotar su fortaleza distintiva, generalmente logran una ventaja competitiva y obtienen utilidades económicas por encima del promedio de su sector. Las fortalezas distintivas podrían no ser imitables cuando. Su adquisición o desarrollo pueden depender de una circunstancia histórica única que otras organizaciones no pueden copiar. Su naturaleza y carácter podría no ser conocido o comprendido por las organizaciones competidoras.
- **Fortalezas de imitación de las fortalezas distintivas:** Es la capacidad de copiar la fortaleza distintiva de otra organización y de convertirla en una estrategia que genere utilidad económica.

Al evaluar las debilidades de la organización, conviene tener en cuenta que nos estamos refiriendo a aquellas que le impiden a la organización seleccionar e implementar estrategias que le permitan desarrollar su misión. Una organización tiene una desventaja competitiva cuando no está implementando estrategias que generen valor mientras otras firmas competidoras si lo están haciendo.

Las amenazas y oportunidades pertenecen siempre al entorno externo de la organización, debiendo ésta superarlas o aprovecharlas, anticipándose a las mismas. Aquí entra en juego la flexibilidad y dinamismo de la organización.

Las oportunidades se encuentran en aquellas áreas que podrían generar muy altos rendimientos, y las amenazas están en aquellas áreas donde la

organización encuentra dificultad para alcanzar altos niveles de rendimiento.

Conviene considerar áreas como:

- Análisis del Entorno
- Estructura de su organización (proveedores, clientes, mercados, competidores).

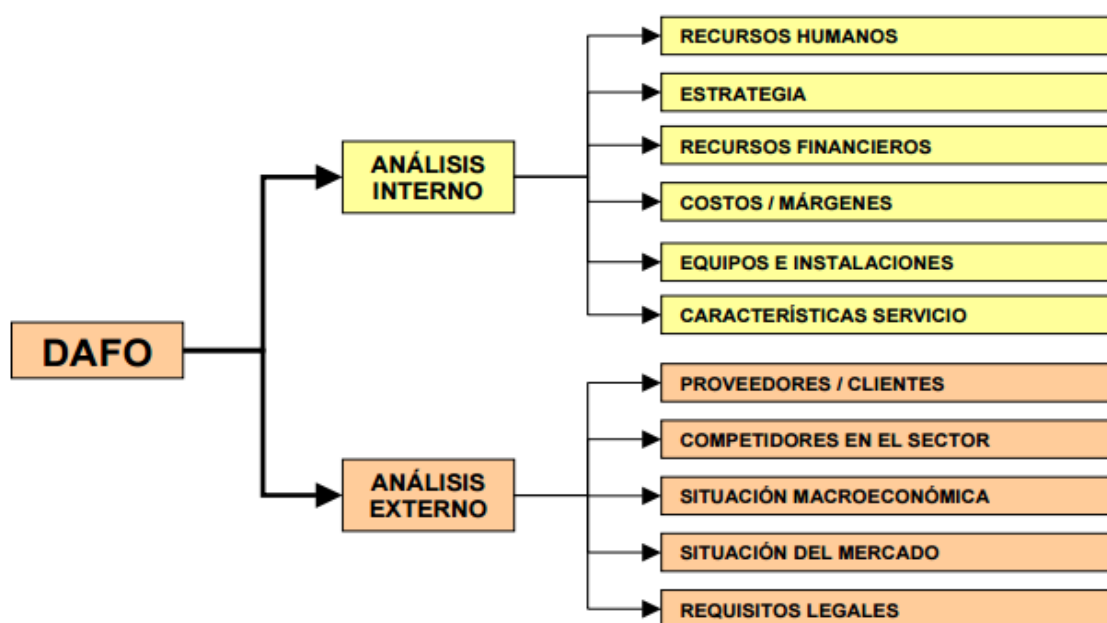
Es recomendable formularse preguntas como:

- ¿Cuáles son realmente las mayores amenazas que enfrenta en el entorno?
- ¿Cuáles son las mejores oportunidades que tiene?

Lo realmente válido consistirá en tener el menor número de amenazas y debilidades y el mayor número de oportunidades y fortalezas.

Las amenazas y debilidades, una vez identificado el mayor número posible, deberán estar acotadas de la mejor forma, para minimizar los efectos negativos, caso de producirse, o potenciarlas, convirtiéndolas en oportunidades y fortalezas.

Las oportunidades y fortalezas tendrán que ser cuidadas, mantenidas y utilizadas.



Esquema 2. Análisis DAFO

A continuación se muestra la matriz DAFO de nuestro negocio.

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> -Existen numerosas ópticas en la ciudad. -Apertura de un negocio nuevo con la consecuente desconfianza inicial. -Poca formación de los auxiliares. -Elevado coste de maquinaria. 	<ul style="list-style-type: none"> -Gran inversión en publicidad. -Enfatizar el papel del óptico-optometrista. -Apostar por la formación continua. -Alta inversión en instrumentación y maquinaria de última generación. -Posesión de nuevas tecnologías. -Facilidad para fidelizar. -Paro en descenso. -Gran relación de precios en relación al producto.
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> -Mercado del sector óptico explotado. -Fuerte guerra de precios por ganar clientes a costa del margen del óptico. -Incremento de la competencia. -Avances en cirugía refractiva. -Aparición de nuevos competidores. -Menor frecuencia de renovación de las gafas. -Posibles errores en iniciales en maquinaria o en adaptaciones de gafas y/o lentes de contacto. 	<ul style="list-style-type: none"> -España se sitúa entre los principales mercados europeos del sector óptico. -Aumento de clientela en el sector. -Atención personalizada. -Recuperación del sector óptico. -Diversificación. -Ofrecer un producto que ofrece calidad, salud y estética. -Potenciar la capacidad de adaptación a la demanda. -Apostar por la diferenciación.

Tabla 16. Matriz DAFO de yoVeo

5.- PLAN ESTRATÉGICO

A continuación exponemos la declaración de la Misión, Visión y Valores de nuestra empresa. La misión define el propósito principal de nuestra empresa, o sea, por qué existe. La visión es una declaración de a dónde quiere llegar la empresa en el futuro, en los próximos años. Los valores definen nuestra forma de trabajar y de existir para alcanzar nuestra visión.

5.1.- **MISIÓN**

En nuestro establecimiento pretendemos mejorar la calidad visual de nuestros clientes a través de un diagnóstico integral, utilizando capital humano comprometido y la mejor tecnología.

Nuestra misión es brindar el mejor servicio óptico basado en el asesoramiento profesional y personalizado a nuestros clientes, ofreciendo soluciones relacionadas a la salud visual y al cuidado estético de su imagen. Queremos ser una óptica que preste un servicio de calidad al cliente, buscando cubrir sus necesidades más allá de sus expectativas.

5.2.- **VISIÓN**

En los próximos años queremos ser reconocidos como una empresa de excelencia, en los servicios y productos que brinda. Mantener un modelo de negocio y una imagen reconocida como resultado de la satisfacción de nuestros clientes y del crecimiento personal de nuestros colaboradores.

5.3.- **VALORES**

Los principales valores que van a definir a nuestra empresa son los siguientes:

- Orientación al cliente: la satisfacción de las necesidades de los clientes constituye el sentido de nuestra empresa, por lo que toda actuación diaria debe girar en torno a éste valor.

El trato exquisito e individualizado con el cliente y la calidad del servicio son aspectos que nos van a ayudar a la hora de fidelizar a los clientes.

- Honestidad y ética: somos lo que ve el cliente, siempre hacemos lo correcto para él y siempre decimos lo que pensamos.
- Profesionalidad: el establecimiento contará con un equipo dinámico y profesional con experiencia en el sector óptico, asegurando la calidad en todos y cada uno de los servicios prestados.
- Compromiso: en nuestro establecimiento sabemos que no hay mejor inversión de futuro ni mayor aval que cumplir siempre con la palabra dada. Cada empleado mostrará en todo momento un elevado grado de implicación personal en el éxito de la empresa.
- Cercanía: queremos tener una relación profesional muy cercana con nuestros clientes. Establecer un vínculo de confianza con ellos que les de seguridad para plantearnos cualquier duda o necesidad.
- Trabajo en equipo: a través del trabajo en equipo se multiplica el saber hacer, logrando así una mayor eficacia. El hecho de sentirse parte de un equipo hace que los miembros aumenten su motivación hacia el trabajo.
- Innovación y flexibilidad: los clientes ya no entienden las gafas solo como un utensilio para ver bien sino que se ha convertido en un complemento de su vestimenta. En nuestro establecimiento contaremos con las últimas tendencias en monturas y lentes de contacto para adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes. Además, haremos uso de las nuevas tecnologías para dar a conocer nuestros productos y servicios al mayor número de consumidores.

Además ofreceremos al cliente la modalidad de pago que mejor se adapta a tus necesidades.

6.1.- FORMA JURÍDICA

La forma jurídica elegida para esta empresa será la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L). Es, por tanto, una sociedad mercantil cuyo capital social está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden incorporarse a títulos negociables ni denominarse acciones. La responsabilidad del socio se limitará al capital aportado protegiendo así su patrimonio personal. Consideramos que es la forma jurídica idónea puesto que el número mínimo de socios requeridos en ésta es de 1 (Sociedad Limitada Unipersonal), el capital inicial mínimo es de 3.000 euros y la responsabilidad está limitada al capital aportado protegiendo de este modo el patrimonio personal del socio.

Las características que definen una Sociedad de Responsabilidad Limitada son las siguientes:

- Carácter mercantil, cualquiera que sea la naturaleza de su objeto y personalidad jurídica propia.
- En la denominación deberá figurar la indicación "Sociedad de Responsabilidad Limitada", "Sociedad Limitada" o sus abreviaturas "S.R.L." o "S.L.".
- El capital social, constituido por las aportaciones de los socios, no podrá ser inferior a 3.000 euros. Deberá estar íntegramente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución.
- Sólo podrán ser objeto de aportación social los bienes o derechos patrimoniales susceptibles de valoración económica, en ningún caso trabajo o servicios.
- Las participaciones sociales no tendrán el carácter de valores, no podrán estar representadas por medio de títulos o de anotaciones en cuenta, ni denominarse acciones.
- La transmisión de las participaciones sociales se formalizará en documento público.
- Tributa por el impuesto de sociedades al 25-30%.

6.2.- TRÁMITES NECESARIOS

A continuación se detallan los trámites administrativos necesarios para la puesta en marcha de la actividad empresarial.

- **Generales:**

Trámite	Descripción	Organismo
Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores	Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad que han de presentar a efectos fiscales los empresarios individuales, los profesionales y las sociedades.	Agencia Tributaria (AEAT)
Impuesto sobre Actividades Económicas	Es un tributo derivado del ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas.	Agencia Tributaria (AEAT)
Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA)	Régimen que regula la cotización a la Seguridad Social de los trabajadores autónomos (empresarios individuales), comuneros y los socios y administradores de algunas sociedades	Tesorería General de la Seguridad Social
Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social	El alta en el régimen de la Seguridad Social que corresponda en cada caso, estará condicionado al tipo de sociedad y/o a la participación en el capital social.	Tesorería General de la Seguridad Social

Trámite	Descripción	Organismo
Obtención y legalización del libro de Visitas	Libro de carácter obligatorio para las empresas que anota las diligencias que practiquen los Inspectores de Trabajo tras el resultado de las visitas realizadas a la empresa.	Inspección Provincial de Trabajo
Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad	La legislación actual obliga a las sociedades mercantiles a llevar unos libros-registro (de actas, de socios o de acciones) y a realizar anualmente su presentación en el Registro Mercantil Provincial.	Registro Mercantil Provincial
Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales	Todos los empresarios que lleven su contabilidad según las disposiciones del Código de Comercio deberán elaborar los siguientes documentos contables: un Libro Diario y un Libro de Inventarios y Cuentas Anuales.	Registro Mercantil Provincial
Obtención de un certificado electrónico	El certificado electrónico posibilita firmar documentos electrónicos e identificar inequívocamente al propietario de la firma.	Autoridades de certificación

Tabla 17. Trámites generales

- **Según la actividad:**

Trámite	Descripción	Organismo
Licencia de actividad	Licencias de instalaciones y obras, licencias de actividad y licencias de funcionamiento.	Ayuntamientos
Inscripción en otros organismos oficiales y/o registros	En función de la actividad desarrollada se deberá comunicar con carácter obligatorio el inicio de la actividad en aquellas administraciones, autoridades y/o registros.	Otros organismos oficiales y/o registros
Registro de ficheros de carácter personal	Obligación de los responsables de gestionar datos de carácter personal para garantizar el derecho a la protección de dichos datos.	Agencia Española de Protección de Datos

Tabla 18. Trámites según la actividad

- **En caso de contratar trabajadores**

Trámite	Descripción	Organismo
Inscripción de la empresa	La inscripción es el acto administrativo por el que la Tesorería General de la Seguridad Social asigna al empresario un número para su identificación y control de sus obligaciones (código de cuenta de cotización).	Tesorería General de la Seguridad Social

Trámite	Descripción	Organismo
Afiliación de trabajadores	Acto administrativo por el que la Tesorería General de la Seguridad Social reconoce a las personas físicas su inclusión por primera vez en el Sistema de Seguridad Social	Tesorería General de la Seguridad Social
Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social	Todo empresario que contrate a trabajadores deberá comunicar el alta en el Régimen de la Seguridad Social que corresponda.	Tesorería General de la Seguridad Social
Alta de los contratos de trabajo	Este trámite consiste en realizar la legalización o alta de los contratos de trabajo de los trabajadores por cuenta ajena.	Servicio Público de Empleo Estatal
Comunicación de apertura del centro de trabajo	Constituida la Sociedad o decidida por el empresario la iniciación de su actividad, se deberá proceder a la comunicación de apertura del centro de trabajo, a efectos del control de las condiciones de Seguridad y Salud Laboral.	Consejería de Trabajo de la CCAA
Obtención del calendario laboral	Las empresas deben exponer en cada centro de trabajo el calendario laboral, que deberá estar en lugar visible.	Inspección Provincial de Trabajo

Tabla 19. Trámites en caso de contratar trabajadores

- **Complementarios**

Trámite	Descripción	Organismo
Registro de signos distintivos	Los Signos Distintivos se utilizan en la industria y en el comercio para distinguir los productos o servicios de una empresa de las demás concurrentes en el mercado.	Oficina Española de Patentes y Marcas

Tabla 20. Trámites complementarios

6.3.- PERMISOS Y LICENCIAS

Además de los trámites de carácter general necesarios para constituir y poner en marcha la actividad empresarial, posteriormente, se necesitan un conjunto de trámites de carácter más específico.

Esta documentación irá dirigida al Ayuntamiento de Barcelona, al Colegio de ópticos y optometristas de Catalunya y a la Consejería de Sanidad de la Generalitat de Catalunya.

Se solicitarán los siguientes permisos/licencias:

- Licencia municipal de apertura: Es la orden de comprobación de que la solicitud de la empresa es conforme con las normas de uso previstas en los planes de urbanismo. Serán objeto de control urbanístico:
 - La primera apertura de los establecimientos mercantiles e industriales.
 - Los cambios o adición de actividades o de titular, aunque no supongan el cambio o adición de clases de uso.
 - La modificación o ampliación física de las condiciones de local y/o de sus instalaciones.
 - La utilización de locales como auxilio o complemento de la actividad principal ubicada en otro local con el que no se comunique.

- Permiso municipal de obras: Es un permiso que se necesita para la realización de cualquier tipo de obras en locales, naves, edificios, etc., dentro de un municipio, licencia para la realización de obras de pequeña entidad, necesarias para el acondicionamiento de locales, obras cuya ejecución puede llevarse a cabo sin la intervención de un facultativo titulado. Se incluyen las siguientes:
 - Obras interiores en los edificios que no afecten a elementos estructurales de los mismos (vigas, muros, etc.).
 - Obras en el exterior de los edificios que no impliquen aumento de las dimensiones de los huecos de fachada ya existentes, ni afecten a elementos estructurales (marquesinas, balcones, etc.).
 - Repaso o reparación de los elementos no estructurales del edificio.
 - Se excluyen expresamente todas las obras que impliquen aumento de edificabilidad.

Según el Real Decreto 14/2003, del 13 de Febrero capítulo III (Documentación de los requisitos de un establecimiento óptico) la Consejería de Sanidad y el Colegio de ópticos y optometristas solicitarán:

- Autorizaciones necesarias para el desarrollo de la actividad.
- Organización del establecimiento y organigrama del personal.
- Titulación y funciones del responsable técnico y del resto de personal.
- Relación del equipo y utillaje identificados con número de serie, fabricante y fecha de compra.
- Registro de prescripciones ópticas
- Procedimientos normalizados de trabajo (PNT)
- Declaración de actividades desarrolladas en el establecimiento.
- Contratos de montaje externo, en caso de realizarse.

6.4.- COBERTURA DE RESPONSABILIDADES

- Seguro del local: Protección frente a robos, daños y perjuicios que pueda recibir un cliente, incendios, pintadas.
- Responsabilidad civil del optometrista: cubierta por el CNOO. Se encarga de cubrir la responsabilidad que recae sobre el optometrista por un daño causado a cualquier paciente/cliente.

6.5.- PROTECCIÓN DE DATOS

Según dispone la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, los datos de los clientes de los que dispongamos serán intransferibles y únicamente se podrán transferir con el previo consentimiento y firma del susodicho.

6.6.- GARANTÍA DE LOS PRODUCTOS Y SEVICIOS

Tanto las monturas para graduado como las monturas de sol tendrán una garantía estándar de 2 años por defecto de fábrica y únicamente las monturas de sol se podrán cambiar en un plazo máximo de 20 días si no convencen al cliente.

En cuanto a las lentes de contacto, tendrán una garantía con el fabricante de 6 meses y 2 para adaptación a la Rx.

7.- PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

El Plan económico financiero debe recoger toda la información de carácter económico y financiero referente al proyecto, para determinar su viabilidad económica. Se trata de analizar, partiendo del estudio realizado en el resto de los planes específicos de este documento empresarial, si el proyecto reúne la rentabilidad, solvencia y liquidez necesarias para llevarlo a cabo.

Al ser previsiones a más de un año, tiene un elevado grado de incertidumbre, pero no obstante es conveniente realizarla para estar mejor preparado y dirigir con más precisión la empresa, al marcar los rumbos que debe tomar.

7.1.- PLAN DE INVERSIONES Y NECESIDADES INICIALES

La inversión inicial indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el umbral de rentabilidad.

Inversiones en Activos No Corriente (ANC)

Al hablar en este punto de Plan de Inversiones hay que hacer referencia a lo que se denomina de forma genérica cómo activos no corrientes (ANC), que constituyen una inversión a largo plazo y es una parte de la inversión global de la empresa.

Los activos no corrientes son los activos que corresponden a bienes y derechos que no son convertidos en efectivo por una empresa en el año, y permanecen en ella durante más de un ejercicio.

La primera decisión de tipo estratégico que hay que plantearse es la ubicación, considerada en muchos casos vital para la viabilidad de un proyecto y que condicionará en el futuro el desarrollo del mismo.

➤ Instalaciones

Optamos por el alquiler del local donde se ubicará nuestro establecimiento, por lo que no necesitaremos realizar una importante inversión. El local se

encuentra en muy buen estado, totalmente reformado con instalación de aire acondicionado y un aseo totalmente nuevo.

Es importante tener en cuenta que Sanidad exige un local para este tipo de negocio con unas dimensiones mínimas, de manera que las actividades puedan llevarse a cabo de forma correcta.

Nuestro establecimiento va a contar con una superficie de 90 m², distribuido de la siguiente manera:

Áreas	Superficie en m ²
Zona venta al público	40
Gabinete	20
Taller	15
Zona de contactología	10
Aseo	5

Tabla 21. Distribución de las áreas de trabajo

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras como reformar la fachada, rótulos, iluminación, pintura del local y todo aquello que sea necesario para su puesta en marcha. De este modo también supondrán un coste, a la hora de iniciar la actividad, la licencia de obra y los costes del proyecto.

Estos costes pueden rondar los 20.000€ (IVA incluido).

➤ Inmovilizado material

Se trata de inversiones que realizará la empresa y que se materializarán en bienes tangibles que no se destinarán a la venta o transformación.

- Mobiliario

El mobiliario necesario para este negocio estará compuesto por los elementos que se citan a continuación:

Mobiliario	Precio en € (IVA incluido)
Mobiliaria de zona de ventas (mostrador, expositores, mesas, sillas, cajoneras...)	4000
Mobiliario de zona de gabinete (sillón, sillas, taburetes, mesa...)	3000
Mobiliario de zona de taller (banco de trabajo, taburetes...)	1500
Mobiliario de zona de aseo (armario botiquín, armario...)	500
Mobiliario de zona de contactología (taburete, cajonera, mesa...)	1000
TOTAL	10.000

Tabla 22. Precios del mobiliario

- Equipamiento

Los establecimientos que desarrollen funciones de optometría deberán contar con el siguiente equipamiento mínimo:

Equipamiento optométrico	Precio en € (IVA incluido)
Equipo de gabinete óptico*	12.500
Retinoscopio Welch Allyn	510
Tonómetro de aire NCT-200 Shin-Nippon	1.950
Biseladora automática más centrador	4500
Biseladora manual	150
Frontofocómetro automático LM-1800PD	3.100
Banco de taller equipado con material	1000
Ventilete de aire caliente	200
TOTAL	23.910

Tabla 23. Precios del equipamiento

*Incluye: Caja de lentes con gafa de prueba, foróptero, proyector de optotipos, biomicroscopio, autorrefractómetro con queratómetro digital automático.

- Equipo informático

Para nuestro establecimiento serán necesarios los siguientes elementos informáticos:

Equipo informático	Precio en € (IVA incluido)
TPV (caja registradora, lector de códigos de barras...)	1000
2 x PC de sobremesa	2050
Impresora con fax	79,90
TOTAL	3.129,90

Tabla 24. Precios del equipo informático

- Stock inicial

Con la compra inicial básica sólo se cubriría una serie de artículos básicos para empezar la actividad, como monturas para gafas graduadas, gafas de sol, fundas, lentes de contacto, líquidos,... Para el éxito del negocio es necesario que se vayan destinando los ingresos obtenidos en los primeros meses en ampliar el surtido.

También nos harán falta otros utensilios de papelería como son el papel, útiles de escritura, correctores, grapadoras, tijeras, recibos, papeleras, impresos para presupuestos, bolsas, etc.

Stock Inicial	Precio en € (IVA incluido)
Gafas de sol	4500
Gafas para Rx	9600
Lentes de contacto	1300
Líquidos	500
Otros materiales de oficina	1000
TOTAL	16.900

Tabla 25. Precios Stock inicial

A continuación se muestra la inversión total inicial del negocio:

Plan de inversiones	Coste en € (iva incluido)
Acondicionamiento del local	20.000
Mobiliario	10.000
Equipamiento optométrico	23.910
Equipo informático	3.129,90
Stock inicial	16.900
TOTAL	73.939.90

Tabla 26. Primera inversión

7.2.- FINANCIACIÓN

Buena parte del estrés que puede originar la puesta en marcha de un nuevo negocio tiene su origen en la necesidad de arriesgar una cantidad de dinero. En nuestro caso se ha decidido recurrir a ahorros familiares y no depender de ningún tipo de préstamo bancario reduciendo así buena parte del estrés que se pueda ocasionar.

Como se comentó en apartados anteriores la aportación económica de cada socio será la siguiente:

Socio Principal → 70.000 €

Socio Minoritario → 30.000 €

Puesto que la inversión inicial necesaria es de 73.939,90€ y la aportación total de los socios es de 100.000€ poseeremos un colchón de 26.060,10€.

7.3.- INGRESOS Y GASTOS PREVISIONALES

A continuación se muestra un cuadro con la previsión de ingresos del negocio en un escenario probable:

Enero	19.900€	Julio	22.260€
Febrero	9.950€	Agosto	12.520€
Marzo	14.550€	Septiembre	17.280€
Abril	13.635€	Octubre	8.950€
Mayo	10.755€	Noviembre	12.230€
Junio	13.870€	Diciembre	20.510€

Tabla 27. Escenario Probable de Ingresos

En cuanto a los gastos serán los siguientes:

- Gastos de servicios exteriores:

Partidas	Gasto mensual en €	Un único pago
Alquiler local	1100	-
Inversión en publicidad	300	-
Suministros (Luz, agua...)	160	-
Gastos de constitución	-	1800
Otro (cuotas colegio de opticos)	180	-

Tabla 28. Gastos de servicios exteriores

- Gastos relacionados con la actividad:

Compras: La compra de monturas de graduado, monturas de sol, cristales, lentes de contacto, soluciones de mantenimiento, accesorios, bolsas, material de oficina y material necesario para el montaje se realizarán todos los meses y hay que tener en cuenta la primera compra realizada para poner en marcha el negocio.

Sueldos: En este caso el sueldo de ambos será de 2.000 (SS incluida) euros mensuales y anualmente se repartirá el beneficio obtenido proporcionalmente al capital invertido inicialmente, es decir, 70% para el socio mayoritario y 30% para el segundo socio.

7.4.-PREVISIÓN DE LA CUENTA DE RESULTADOS

La cuenta de resultados es aquella que recoge las diferencias surgidas en el transcurso de un período contable entre las corrientes de ingresos y gastos imputables al mismo.

Resume las operaciones de la empresa durante el período considerado, indicando los ingresos por ventas y otras procedencias, el coste de los productos vendidos, todos los gastos en que ha incurrido la empresa y el resultado económico.

Debido al tipo de productos y servicios que se comercializan en nuestro establecimiento, para muchos de ellos no existen precios establecidos. Estos dependerán de la graduación del paciente, del tipo de lente o de la montura. Por este motivo es muy difícil prever los ingresos y gastos que vamos a obtener en un futuro.

Tabla de la previsión de cuenta de resultados (**Anexo 5**)

Siguiendo con el aumento de ventas experimentado por el sector óptico, estimamos que las ventas del establecimiento aumentarán un 5% anualmente. La inversión en publicidad comienza a dar sus frutos, somos más conocidos y nuestra demanda se incrementa, hecho que se corrobora observando la expansión de las ventas.

El beneficio aumenta con el paso de los años debido al aumento de las ventas en comparación con la cantidad de costes que va a soportar el negocio. Esto nos indica que la empresa va creciendo año a año y hacen que las expectativas de futuro sean muy buenas.

7.5.- BALANCE DE SITUACIÓN PREVISIONAL

El balance es un documento contable que refleja la situación de la empresa en un momento determinado, en la medida en que dicha situación es expresable en términos monetarios. Constituye un resumen o fotografía instantánea de la situación de la empresa. Se considera como la representación integral del patrimonio de la empresa en un determinado momento, es decir la representación por separado del conjunto de bienes y derechos poseídos por la empresa (activo) y del conjunto de obligaciones que tiene contraídos frente a los propietarios y frente a terceros (pasivo y patrimonio neto).

Tabla del balance de la situación previsional (**Anexo 6**)

8.- CONCLUSIONES

La realización de este trabajo me ha permitido conocer y valorar de una manera mucho más profunda el funcionamiento del sector de la óptica, además de obtener una perspectiva mucho más realista y objetiva del proceso de creación de un negocio, ya que una de las finalidades del proyecto es sin duda llegar algún día a poner en funcionamiento un negocio de estas características.

Con una mira más detallada, he podido comprobar que existe una enorme competitividad entre la mayoría de empresas que operan en el sector. Esto es debido, en gran medida, a los bajos costes de los productos, que obligan a las empresas a diferenciarse mediante promociones, descuentos o directamente personalización del servicio que se ofrece.

Es difícil cuantificar de manera exacta los ingresos que el negocio va a obtener, puesto que no existe una estandarización real en los precios de los productos y servicios que ofrece el sector.

En el entorno económico y achacando a la crisis económica el gran cambio en las estrategias tomadas por los negocios, podemos observar que en este sector y en una ciudad como la de Barcelona existe una gran dificultad a la hora de fidelizar clientes, ya que para ellos no existen costes de cambio y con facilidad optan por comprar en otros establecimientos. Existe pues, la necesidad imperativa de ofrecer precios bajos y, servicios y productos de alta calidad orientados y personalizados para cada uno de los clientes.

A pesar de este factor, el volumen de facturación que generan las ópticas actualmente se encuentra en una línea ascendente, estamos en un sector muy competitivo y por tanto los factores de marketing son más que necesarios para dar a conocer un nuevo negocio y para ello es vital una gran inversión en publicidad. Inversión en medios digitales, formatos impresos, slogans publicitarios, pases por radio y televisión, redes sociales... en definitiva un amplio abanico de oportunidades que pretenden dar una forma y una imagen que impacte al consumidor.

Actualmente España se sitúa como el país líder en cirugía refractiva mediante novedosas técnicas de intervención de corrección refractiva y amenaza con substituir las técnicas de corrección habituales de gafas y lentillas.

Cabe decir que como hándicap para los centros que realizan este tipo de operaciones, los estudios a largo plazo no son esperanzadores y no determinan que sea la opción más segura y eficaz para corregir defectos refractivos.

En cuanto a la forma jurídica por la cual se optará para la apertura del negocio será la de Sociedad de Responsabilidad Limitada, protegiendo así el patrimonio personal, puesto que, la responsabilidad del socio se limitará únicamente al capital aportado.

Otro de los aspectos más importantes en el trabajo es el económico-financiero. La existencia de grandes diferencias entre los precios de los productos refleja un problema para la previsión de los resultados financieros de la empresa. El estudio de la viabilidad que tiene una empresa en este sector es un estado preliminar y es imposible prever todos y cada uno de los costes e ingresos que se generarán en el negocio, ya que existe una gran dependencia de factores, a veces, aleatorios. De todas maneras es lo suficientemente aproximada como para conocer si es factible su realización.

Como conclusión final y mediante la información que se recoge en este trabajo se puede determinar que la puesta en marcha de este negocio es viable y no sólo eso, sino que desde el primer año el negocio obtendría beneficios y aumentándolos de manera progresiva año tras año. Por tanto podemos prever que será un negocio fructífero a corto y a largo plazo.

SOPORTE EN FORMATO IMPRESO:

Apuntes de Economía y Gestión de empresas, curso 2014-2015.

Catálogo Zeiss 2014

Catálogo Prats 2015

SOPORTE EN FORMATO ELECTRÓNICO:

<http://www.opticos-optometristas.com>

<https://www.google.es/maps>

<http://www.bcn.cat/estadistica/catala/dades/inf/barris/a2013/barri44.pdf>

<http://www.fomento.es>

<http://www.ipyme.org>

<http://www.cnae.eu/>

<http://www.ipyme.org/publicaciones/creacionempresas>

<http://www.cnoo.es/>

<http://www.ine.es/daco/daco42/clasificaciones/cnae09/cnae2009.pdf>

<http://www.agenciatributaria.es/>

<http://www.gencat.cat>

http://www.emprendedores.es/crear_una_empresa/plan_de_negocios/establecimientos/plan_de_negocio_optica

<http://www.fedao.org/>

www.luxottica.com/

www.safilogroup.com/

www.marcolin.com/

www.grupoptim.com/

www.derigovision.es

10.- ANEXOS

ANEXO 1

Equipo de gabinete óptico (12.500€)



Compuesto por:

- Foróptero manual Nidek RT-600
- Proyector de optotipos Nidek CP-770
- Biomicroscopio Nidek Excimer Laser EC – 5000
- Autorefractómetro con Queratómetro digital automático Nidek ARK-1
- Caja de lentes y gafa de prueba

Retinoscopio welch allyn (510€)



Tonómetro de aire NCT-200 Shin-Nippon (1.950€)



Frontofocómetro automático LM-1800PD (3.100€)



Biseladora automática más centrador Briot (4500€)



Biseladora manual Indo (150€)



Ventilete de aire caliente (200€)



PC portátil HP (879€)



2 x PC de sobremesa (2050 €)



TPV (1.000)



Impresora con fax Brother (79,90)



ANEXO 2

Campaña televisiva:

La campaña televisiva se lanzará en TV3, Super 3/33, Esport 3 y 3/24 un mes antes de la apertura del establecimiento.

El spot tendrá una duración de 18 segundos y de 10 (spot reducido) y se tendrán alrededor de 200 pases repartidos en los siguientes porcentajes:

Canal	Porcentaje de pases
TV3	45%
Super 3/33	35%
Esport 3	10%
3/24	10%

Distribución por franjas horarias (GRP's es la unidad de medi: (destacar Prime Time del 40%,)

Distribución GRP's* por franjas	Presión por franja horaria en %
10:00-13:14	5
13:15-14:30	10
14:31-16:29	20
16:30-19:30	5
19:31-20:29	20
20:30-23:59	40
23:59-02:00	0

Esta campaña publicitaria tendrá un coste de 35.000 euros aproximadamente y **se ha decidido no llevarla a cabo** puesto que no podemos asumir este importe en los primeros años de negocio.

*es la unidad de medida que se utiliza en planificación publicitaria de medios y audiencia.

ANEXO 3

Publicidad en formato impreso:

Se repartirán trípticos dos meses antes de la apertura de la óptica en los siguientes puntos:

Zonas	Cantidad de trípticos
Corte inglés (Plaça Catalunya)	600
UB (Plaça Universitat)	500
UAB	400
Centro comercial (La maquinista)	500

El coste de cada tríptico será de 0,15 euros aproximadamente por tanto supondrá un coste de 300 euros en publicidad de formato impreso.

ANEXO 4

Estaremos presentes en las salas de cine de la empresa Discine y se estima que en 2 semanas, habrá un total de 56.002 espectadores.

Salas(Barcelona)	Espectadores semanales
Aribau club	995
Aribau multicines	3.783
Balmes multicines	5.788
Bosque multicines	8.010
Comedia	3.471
Glories multicines	5.954
TOTAL	28.001

El coste de los slogans publicitarios en estas salas de cine nos supondrá una inversión de unos **3.300 euros** aproximadamente.

ANEXO 5

Para la siguientes previsiones se ha utilizado la media por articulo siguiente: (Monturas Rx: 70, cristales: 100, monturas sol: 70, lentes de contacto: 20, líquidos: 5, accesorios: 5).

VENTAS (€)	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Monturas Rx	4200	2100	3150	3850	2450	3500	4900	3150	3430	2030	3010	4550
Cristales	12000	6000	8000	7000	5000	6000	13000	6500	11200	5000	6300	13100
Monturas Sol	1050	525	840	910	1050	1260	1190	910	560	455	770	840
L.C.	1800	900	1900	1300	1700	2200	2300	1300	1620	1000	1320	1420
Líquidos	750	375	600	500	490	800	800	600	470	420	750	565
Accesorios	100	50	60	75	65	110	70	60	20	45	80	35
TOTAL	19.900	9.950	14.550	13.635	10.755	13.870	22.260	12.520	17.280	8.950	12.230	20.510

VENTAS (€)	Total 2016	Total 2017*	Total 2018*
Monturas Rx	40.320	42.336	44.352
Cristales	99.100	104.055	109.010
Monturas Sol	10.360	10.878	11.396
L.C.	18.760	19.698	20.636
Líquidos	7.120	7.476	7.832
Accesorios	770	808,50	847
TOTAL	176.430	185.251,50	194.073

*Se ha supuesto, de manera razonable, una subida de ventas del 5% anual para los 2 años siguientes de la apertura del establecimiento.

GASTOS (€)	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Producto material y	6000	7000	6500	7300	5400	6100	8000	6300	7500	6700	5600	7600
Personal	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Mantenimiento del local	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Alquiler local	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100
Amortizaciones *	1188	1188	1188	1188	1188	1188	1188	1188	1188	1188	1188	1188
Inversión publicitaria	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Gastos de constitución	1800	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suministros	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Otros	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
TOTAL	15.298	14.498	13.998	14.798	12.898	13.598	15.498	13.798	14.998	14.198	13.098	15.098

*Amortización de la inversión inicial a 4 años vista y exceptuando el stock inicial.

TOTAL GASTO ANUAL (€)	171.776
------------------------------	----------------

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
VENTAS (€)	19.900	9.950	14.550	13.635	10.755	13.870	22.260	12.520	17.280	8.950	12.230	20.510
GASTOS (€)	15.298	14.498	13.998	14.798	12.898	13.598	15.498	13.798	14.998	14.198	13.098	15.098
RESULTADO DEL EJERCICIO	+4.602	-4.548	+552	-1.163	-2.143	+272	+6.762	-1.278	+2.282	-5.248	-868	+5.412

	TOTAL 2016	TOTAL 2016	TOTAL 2016
VENTAS (€)	176.430	185.251,50	194.073
GASTOS (€)	171.776	171.776	171.776
RESULTADO DEL EJERCICIO	+4.654	+13.475,50	+22.297

ANEXO 6

BALANCE DE SITUACIÓN PREVISIONAL(ACTIVO)			
	2016	2017	2018
ACTIVO NO CORRIENTE	57.039,90	42.779,925	28.519,95
Inmovilizado intangible	0	0	0
Inmovilizado material	57.039,90	42.779,925	28.519,95
Acond. del local	20.000	15.000	10.000
Mobiliario	10.000	7.500	5.000
Equipamiento optométrico	23.910	17.932,5	11.955
Equipo informático	3.129,9	2.347,425	1.564,95
ACTIVO CORRIENTE	47.614,1	62.489,6	87.886,6
Existencias	16.900	26.505,925	21.290,45
Tesorería	30.714,10	44.189,6	66.486,6
TOTAL ACTIVO	104.654	113.475,50	122.297

BALANCE DE SITUACIÓN PREVISIONAL(PASIVO)			
	2016	2017	2018
PATRIMONIO NETO	104.654	113.475,50	122.297
Capital	100.000	100.000	100.000
Resultado del ejercicio	4.654	13.475,50	22.297
PASIVO NO CORRIENTE	-	-	-
Deudas a largo plazo	0	0	0
PASIVO CORRIENTE	-	-	-
Deudas a corto plazo	0	0	0
TOTAL PASIVO	104.654	113.475,50	122.297

